

## **Коммунальное хозяйство городов**

---

4. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Оснащение, евроремонт, эксплуатация. – К.: Дакор.К.: Вира - Р, 2003. – 334 с.
5. Ляпина И.Ю. Материально-техническая база и оформление гостиниц. – М.: Изд. центр «Академия», 2004. – 256 с.
6. Данные о гостиничной индустрии Украины // [www.hoteliero.ua](http://www.hoteliero.ua).

*Получено 12.02.2009*

УДК 338.48

**И.Л.ПОЛЧАНИНОВА**

*Харьковская национальная академия городского хозяйства*

### **СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА**

Рассматриваются особенности предпринимательства в туристской деятельности, отдельные проблемы, перспективы и направления развития туристской деятельности на современном этапе, исследуется системный подход к комплексному анализу предприятий гостиничного хозяйства. Приводится характеристика методов оценки экономической эффективности отелей на основе использования синергетических подходов. Рассматриваются вопросы синергии при диверсификации предприятий гостиничного хозяйства, предлагается методика оценки синергетического эффекта на основе структурной корреляционной модели.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что на современном этапе развития туризма не решено на должном уровне ряд важных проблем.

Туризм – это весомый источник создания рабочих мест, и, по прогнозам специалистов, на протяжении ближайших пяти лет в мире будет создаваться более 2000 рабочих мест ежедневно. Это одна из немногих отраслей народного хозяйства, где привлечение новых технологий не приводит к сокращению работающего персонала. Это имеет большое значение на современном этапе развития экономики в период острого финансового кризиса, поскольку развитие туризма привлекает значительные слои незанятого населения и уменьшает социальное напряжение в обществе, что имеет особенно важное значение для Восточной Европы. Расходы на создание одного рабочего места здесь в 20 раз выше, нежели в других отраслях народного хозяйства. Примером могут служить такие страны, как Аргентина, Бразилия, Мексика, Египет, Тунис и др. [1, 2].

По данным специалистов [1], Украина в настоящее время использует 7-9% внутренних рекреационных ресурсов, которые позволяют одновременно принимать почти 50 млн. туристов. В настоящее время Украина имеет 660 тыс. койко-мест, а Турция – всего лишь 300 тыс.,

но в отличие от нее наша база лишь на 1/10 отвечает международным стандартам. Основной причиной является недостаточная эффективность функционирования предприятий гостиничного хозяйства, что настоятельно требует проведения дополнительных углубленных исследований по решению этой важной для экономики Украины задачи.

Имеющиеся в этом направлении работы [3-5] не дают полного ответа на пути решения существующей проблемы.

В связи с этим целью настоящей работы является разработка научно обоснованных рекомендаций по оценке экономической эффективности предприятий гостиничного хозяйства и улучшению их функционирования на современном этапе.

Решая поставленную задачу, будем исходить из основных концептуальных положений современного гостиничного хозяйства, которое является специфической сферой предпринимательской деятельности [6, 7].

Гостиничное предпринимательство как особый вид коммерческой деятельности зависит и находится под сильным влиянием других видов деятельности. Например, развитие туризма, транспорта, связи и степень обустройства территорий, расширение деловых партнерских отношений между отечественными и зарубежными фирмами. Гостиничное предпринимательство в то же время само активно воздействует на другие сферы хозяйственной деятельности в регионах страны.

Современное состояние хозяйствования отечественных предприятий гостиничного хозяйства характеризуется неустойчивыми тенденциями развития, которое в основном обуславливается сезонными колебаниями спроса и невозможностью создания запасов специфического продукта – гостиничной услуги, ростом цен на услуги и недостаточным уровнем качества обслуживания при невысокой эластичности спроса по цене, организационным консерватизмом процесса управления. В последнее время загрузка предприятий гостиничного хозяйства Украины не превышала 35% пропускной способности; удельный вес убыточных предприятий в общем количестве гостиничных предприятий составлял около 30%, почти 80% нуждаются в модернизации, автоматизации и компьютеризации [8, 9]. Ситуация также усложняется нестабильностью внешней среды, несогласованием процессов, которые происходят внутри предприятий, не адекватному рыночным требованиям управлению хозяйственной деятельностью.

Поиск путей повышения эффективности предприятий гостиничного хозяйства приобретает главенствующую роль, требуя рассмотрения этой проблемы в комплексе с предприятиями смежных произ-

водств, с оценкой взаимодополняемых бизнес-процессов, т.е. определения системного (синергетического) эффекта.

Зарубежный и отечественный опыт решения проблемы повышения эффективности предприятий позволяет выделить набор базовых показателей. Вместе с тем система показателей конкретного предприятия характеризуется определенными особенностями, поскольку она объективно определяется своеобразностью влияния внешней среды на деятельность предприятия и его собственным ресурсным потенциалом, специфичностью реакции хозяйственных субъектов на сигналы рынка. Научно-методические рекомендации обоснования развития предприятий должны рассматриваться и через призму их отраслевой адаптации.

В условиях трансформационных изменений недостаточно исследована проблема формирования стратегии развития предприятий сферы услуг. К этому хозяйственному сегменту принадлежит гостиничное хозяйство, которое рассматривается большей частью как перспективное с точки зрения прибыльности и динамичности развития [10].

Научная идея формирования стратегии развития гостиничных предприятий должна базироваться на комплексном, системном подходе к решению проблем взаимосогласованности и сбалансирования их развития с внешней и внутренней средой.

Таким образом, сегодня назрела необходимость разработки методического подхода к оценке синергетического эффекта – как критерия экономической эффективности функционирования предприятий гостиничного хозяйства, что и предопределяет важность и целесообразность его применения на различных уровнях управления.

Отдельные аспекты функционирования и развития гостиничных предприятий рассматриваются в научных работах отечественных и зарубежных авторов [1-10].

Тем не менее, существующие подходы и методы оценки экономической эффективности гостиничных предприятий, принятые в международной и отечественной практике, не позволяют полностью учитывать синергетические эффекты как критерии эффективности. Проблемы в области методологии и практики оценки их эффективности остаются пока недостаточно разработанными.

Изучению системного (синергетического) подхода к оценке экономической эффективности предприятий как в гостиничном хозяйстве, так и в других отраслях экономики до конца XX ст. не уделялось должного внимания отечественными и зарубежными экономистами.

Приступая к решению задач по использованию синергетического эффекта в гостиничном хозяйстве, рассмотрим основополагающие эле-

менты синергизма.

Понятие «синергия» – греческого происхождения, означает совместно действующий, содействие, сотрудничество. Предмет изучения синергетики – исследование законов и закономерностей глобальной эволюции любых открытых неуравновешенных систем, главной чертой которых является неустойчивость, неуравновешенность и нелинейность.

Синергия означает обеспечение большей эффективности целостной системы, чем сумма эффектов взаимодействующих подсистем и элементов [11].

В экономике синергия означает стратегические преимущества, которые возникают при соединении двух или большего числа предприятий гостиничного хозяйства в одних руках. Повышается эффективность, что проявляется в повышении качества обслуживания и (или) снижении издержек по туристскому обслуживанию: эффект совместных действий выше простой суммы индивидуальных усилий.

Б.Карлофф [12] для предприятий выделяет синергетический портфель – это группа предпринимательских подразделений, принадлежащих одному владельцу и стратегически связанных друг с другом. И далее Б.Карлофф [12] отмечает, что «читатель должен остерегаться безгранично верить в синергетические эффекты. Компромиссы, недостатки гибкости и задержки часто поглощают все заранее рассчитанные стоимостные преимущества».

В работе по стратегии бизнеса [13] значительно шире рассматривается понятие диверсификации (англ. – Diversification – разнообразие, вкладывание капитала в разные предприятия) – как процесс расширения производственной деятельности путем внедрения на рынок новой продукции и услуг. При этом к родственной диверсификации относят: вертикальную интеграцию (прямую и обратную), концентрическую – поиск новых товаров и рынков, имеющих обязательные черты сходства с выпускаемой продукцией или освоенными рынками. К неродственной диверсификации относят конгломеративную, не связанную с выпускаемыми товарами и освоенными рынками.

На предприятиях гостиничного хозяйства при оценке всех видов диверсификации необходимо учитывать синергетический эффект, который возникает в процессе предоставления туристских услуг и обеспечивает получение дополнительной прибыли за счет инвестиций в перспективную сферу хозяйствования, уменьшает степень риска в финансовом положении туристского предприятия.

При функционировании предприятий в гостиничном хозяйстве Украины часто происходит привлечение инвестиций и осуществляется

долгосрочное планирование деятельности бизнес-структур. Поэтому для обоснования экономической эффективности деятельности целесообразно применять методы оценки инвестиционных проектов.

В таблице приведены характеристики каждого из анализируемых методов по отношению к оценке синергетического эффекта от функционирования предприятия гостиничного хозяйства.

Сравнение методов оценки экономической эффективности гостиничного предприятия для определения синергетического эффекта

Название метода	Обозначение	Характеристика	
		аддитивность	учет временного аспекта оценки
Внутренняя норма рентабельности (Internal rate of return method)	IRR	-	+
Дисконтированный период окупаемости (Discounted payback period)	DPP	-	+
Индекс доходности (рентабельности) инвестиций (Profitability index)	PI	-	+
Модифицированный метод внутренней ставки рентабельности (Modified internal rate of return method)	MIRR	-	+
Период окупаемости (Payback Period)	PP	-	-
Расчетная (бухгалтерская) норма прибыли (Accounting rate of return method)	ARR	-	-
Чистый дисконтированный доход (Net present value method)	NPV	+	+
Чистый терминальный доход (Net Terminal Value)	NTV	+	+

На основании проведенного анализа методов оценки эффективности предприятий гостиничного хозяйства основными показателями эффективности определены чистый дисконтированный доход (NPV) и чистый терминальный доход (NTV). Использование других рассмотренных показателей возможно в качестве вспомогательных для обоснования эффективности деятельности или для выбора альтернативных управленческих решений.

При расчете показателей эффективности гостиничных предприятий необходима система исходных данных, в основе которой должны лежать удельные стоимостные показатели на одну койко-сутки по видам номерного фонда, а также удельные эксплуатационные и стоимостные показатели по типам учреждений (санаторий, мотель и т.д.).

Таким образом, основными задачами по оценке экономической эффективности предприятия гостиничного хозяйства будут:

- оценка конкретных предприятий;
- обоснование наиболее перспективных путей их развития;

- сравнение нескольких вариантов управленческих решений и выбор лучшего из них.

Синергетический подход принципиально изменяет соотношение необходимости и усиливает роль вероятно-статистических методов и приемов исследования при оценке диверсифицированных предприятий гостиничного хозяйства. На уровне отдельного предприятия гостиничного хозяйства синергия означает целенаправленное действие всех работников, которое может быть достигнуто путем внедрения стратегического предпринимательства на базе инвестиционно-инновационных проектов, прогрессивной корпоративной культуры, организационных структур управления, форм и методов организации туристского обслуживания.

Синергетический эффект на уровне предприятия гостиничного хозяйства может быть оценен только по результатам работы предприятий туристского хозяйства как результат действий четырех разновидностей синергии: продаж туристских услуг, оперативности, инвестиций, менеджмента [6], определяющих структуру деятельности предприятия гостиничного хозяйства.

В качестве реального примера диверсификации и оценки синергетического эффекта можно привести пример одного из предприятий гостиничного хозяйства Украины «Новая Ореанда» г.Ялта АР Крым [6], которое за счет вертикальной интеграции расширило ассортимент туристских услуг. В результате реализации инвестиционно-инновационных проектов в период 1995-2005 гг. происходили изменения в структуре чистого дохода предприятия туристского хозяйства, росла доля диверсифицированных туристских услуг. Одновременно в целом по предприятию изменилась прибыль на 1 грн. чистого дохода – рентабельность продаж туристских услуг. Для оценки синергетического эффекта оказалось целесообразным применение структурной корреляционной модели, зависимости операционной прибыли на 1 грн. чистого дохода ( $y$ ) и его структуры с выделением в нем доли диверсификационных туристских услуг ( $x$ ) и прочих традиционных ( $z$ ). Для устранения влияния мультиколлинеарности в структуре туристских услуг, поскольку сумма долей в чистом доходе равна 1,0 (100%), в исследовании применен метод корреляционного анализа, при котором функция  $y$  и аргументы  $x$  и  $z$  рассматриваются как равноправные переменные, и решается задача по нахождению  $\min$  ошибки отклонений от диагоналей эллипса рассеивания методом Лагранжа [14].

В целом по предприятию туристского хозяйства «Новой Ореанде» по программе KSP в пакете MCAD за период 2003-2005 гг. в по-

квартальном анализе получены парные корреляционные модели:

$$L(x) = 0,598x + 0,014;$$

$$H(z) = -0,598z + 0,701.$$

При коэффициентах корреляции ( $z$ )

$$Z_{yx} = 0,764; Z_{yz} = -0,764; Z_{xz} = -1.$$

Для нахождения множителей Лагранжа  $\lambda$  составим матрицу, определитель которой приравнивается к 0:

$$\begin{vmatrix} 1-\lambda & Z_{yx} & Z_{yz} \\ Z_{xy} & 1-\lambda & Z_{xz} \\ Z_{yz} & Z_{yz} & 1-\lambda \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} 1-\lambda & 0,764 & -0,764 \\ 0,764 & 1-\lambda & -1 \\ -0,764 & -1 & 1-\lambda \end{vmatrix} = 0.$$

С помощью программы KSP в пакете MCAD находим уравнение для определения  $x = 1 - \lambda$  при определителе, равном 0:

$$x^3 - 2,169x + 1,171 = 0.$$

После решения получаем множители Лагранжа:

$$\lambda_1 = 0,305; \lambda_2 = 0; \lambda_3 = 2,689.$$

Подставив в исходную матрицу коэффициенты  $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2$ , соответственно по каждой строке, решаем систему линейных уравнений при условии нормирования  $\alpha_0^2 + \alpha_1^2 + \alpha_2^2 = 1$  и полученных трех множителях  $\lambda$ .

В результате получаем экономико-математическую модель, более точно отражающую взаимосвязь между уровнем рентабельности продаж туристских услуг по «Новой Ореанде» и структурой туристских услуг.

При  $\lambda_1 = 0,305, \alpha_0 = 0,841, \alpha_1 = \alpha_2 = 0,143$  при переходе от стандартизированного масштаба к натуральному получим:

$$\alpha_0 t_0 + \alpha_1 t_1 + \alpha_2 t_2 = 0;$$

$$\alpha_0 \sigma_y^{-1} (y - y^-) + \alpha_1 \sigma_x^{-1} (x - x^-) + \alpha_2 \sigma_z^{-1} (z - z^-) = 0,$$

где  $x^-, y^-, z^-$  – средние значения,

$$y = 0,259 + 0,153(x - z) \text{ при условии } x + z = 1.$$

Множитель  $\lambda_2 = 0$  отражает сложившуюся в «Новой Ореанде» структуру туристских услуг.

$$x^- = 0,249; \quad z^- = 0,751; \quad x^- + z^- = 1.$$

Множитель  $\lambda_3 = 2,689$  характеризует диапазон уменьшения среднеквадратического отклонения уровня рентабельности продажи туристских услуг в наблюдаемой совокупности.

Коэффициент детерминации

$$D = 1 - \frac{\lambda_{\min}}{\lambda_{\max}} = 1 - \frac{0,305}{2,689} = 0,887.$$

Коэффициент множественной корреляции  $R = \sqrt{D} = \sqrt{0,887} = 0,9417$  и превышает расчетный в парных уравнениях. Если выразить в модели:

$$y = 0,259(x + z) + 0,153(x - z),$$

получим модель, показывающую степень влияния на рентабельность продаж туристских услуг в целом по предприятию туристских услуг рентабельности каждой из видов туристских услуг

$$y = 0,409x + 0,112z, \text{ при } x + z = 1.$$

Если выразить  $z = 1 - x$ , то получаем еще один вариант модели

$$y = 0,297x + 0,112z, \text{ при } x + z = 1,$$

которая выражает роль рентабельности продаж туристских услуг с увеличением доли диверсификационной продукции в пределах наблюдаемой совокупности.

Анализ модели показывает, что рост доли диверсифицированных туристских услуг ведет к росту рентабельности продажи туристских услуг в целом по предприятию гостиничного хозяйства. Для оценки синергетического эффекта целесообразно сравнить среднюю рентабельность продажи туристских услуг для каждой доли туристских услуг за конкретный период из условия  $\bar{y} = y_1x + y_2z$ , и если  $\bar{y}$  существенно меньше расчетного по модели, то разницу можно отнести на синергетический эффект, который присутствует в наблюдаемой совокупности. Уровень рентабельности 18,5%, судя из модели, сложился под влиянием рентабельности диверсифицированных услуг 40,9% и остальных на уровне 11,2%. Если реальная средняя рентабельность по группе туристских услуг ниже этих величин, то можно утверждать о наличии синергетического эффекта, который проявился в результате совместного действия факторов синергии, которые не учитывает методика продажи туристских услуг данного предприятия гостиничного хозяйства.

Для соизмерения влияния факторов, включенных в модель на результирующий признак ( $y$ ) целесообразно использовать коэффициент



эластичности  $K_y$ , характеризующий в процентных изменениях  $y$ , при изменении на 1% среднего значения  $i$ -го фактора  $x$  и финансировании всех других показателей, включенных в модель, на уровне средних для моделей  $y = 0,297x + 0,112$  при  $x + z = 1$ :  $K_y = 0,307\%$ , т.е. при увеличении  $x$  на 1% рентабельность продаж туристских услуг увеличится на 0,307%.

Методика структурного моделирования и поиска синергетического эффекта открывает возможность для оценки родственной диверсификации при реализации инновационно-инвестиционных проектов обслуживающих туристскую деятельность предприятий гостиничного хозяйства (транспортные услуги, питание, концертная и экскурсионная сфера и др.). При этом эффект изменяется под влиянием структурных изменений в комплексе туристских услуг, выполняемых генеральным предприятием гостиничного хозяйства, которое в своем составе может иметь транспорт, ресторанное хозяйство, медицинские учреждения и др., которые принимают участие в предоставлении туристских услуг. Отказ от узкой специализации при юридической самостоятельности этих подразделений обеспечивает синергетический эффект по основным проектам туристской деятельности генерального предприятия гостиничного хозяйства, а также за счет предоставленных туристских услуг «на сторону». Это ведет к росту чистого дохода и рентабельности продаж туристских услуг и может быть смоделировано на основе построения структурной корреляционной модели.

Обобщение результатов анализа и прогнозирование рентабельности продажи туристских услуг в зависимости от структуры чистого дохода с выделением доли диверсифицированных туристских услуг показало целесообразность использованных структурных корреляционных моделей на уровне приоритетной стратегии будущего развития предприятий гостиничного хозяйства и оценки синергетического эффекта, а также обоснования мероприятий по дальнейшей диверсификации деятельности предприятия гостиничного хозяйства.

1.Константинова К.В. Маркетингові засади розвитку індустрії міжнародного туризму в Україні // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.68. – К.: Техніка, 2006. – С.379- 386.

2.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги - XXI, 2003. – 300 с.

3.Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 382 с.

4.Цибух В.И. Перспективы развития национальной туристической индустрии // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2001. – № 4. – С.14-16.

5.Школа І.М., Григорків В.С., Кифяк В.Ф. Розвиток міжнародного туризму в Україні. – Чернівці: Рута, 1997. – 335 с.

6.Подгорний О.Л., Торкатюк В.І., Аненкова Н.А., Влащенко Н.М., Бутнік Д.В., Муса Салех Шагін, Пудова І.С., Бережной Н.В. Комплексна діагностика стійкості функціонування об'єктів туристичної галузі в умовах трансформації економіки України до ринкових відносин (на прикладі м. Велика Ялта АР Крим) // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.59. – К.: Техніка, 2004. – С.291-322.

7.Торкатюк В.И., Нохрина Л.А., Николаенко Л.Ф., Полчанинова И.Л., Жилинская О.И., Игнатова Н.И., Жинжикова И.В. Модель соотношения темпов экстенсивного и интенсивного развития туристической отрасли при стохастических колебаниях потоков туристов // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.71. – К.: Техніка, 2006. – С.354-368.

8.Захарин С. С Новым годом! Туризма и курортов // Зеркало недели. – 2008. – №1(680).

9.Официальный сайт Государственной службы туризма и курортов // <http://www.tourism.gov.ua>.

10.Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.

11.Решетило В.П. Экономическая синергетика институциональных изменений. – Харьков: ООО «Прометей - Прес», 2006. – 288 с.

12.Карлофф Б. Деловая стратегия. – М.: Экономика, 1991. – 154 с.

13.Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. – СПб.: Питер, 2002. – 575 с.

14.Математический аппарат и методы формирования оптимальных параметров управления процессом функционирования строительных предприятий / В.И.Торкатюк, Л.Н.Шутенко, Н.А.Дмитрук и др.; Под общ. ред. д.т.н., проф. В.И.Торкатюка. – Харьков: ХНАГХ, 2007. – 824 с.

*Получено 02.02.2009*

УДК 379.85 : 338.48

М.В.ТОНКОШКУР

*Харківська національна академія міського господарства*

## **ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

Розглядаються проблеми та об'єктивність оцінки туристичного потенціалу регіонів України. Надано пропозиції щодо удосконалення існуючих методик розрахунку туристської привабливості регіонів, визначено основні шляхи їх впровадження.

Реформування національної економіки пов'язано з глибокими структурними перетвореннями у всіх сферах суспільного життя, трансформацією господарського комплексу України, здійсненням ефективної регіональної політики тощо. Не менш важливим завданням залишається пошук раціональних методів та способів активізації розвитку тих видів діяльності, для котрих існують всі необхідні умови і які по своїй соціальній результативності та економічній віддачі можуть скласти гідну конкуренцію традиційним галузям господарства. Серед таких напрямів пріоритетне місце посідає рекреаційна сфера.

Формування високо розвинутого ринку рекреаційних послуг ви-